

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TEPAT WAKTU DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SRI AYU LAUNDRY CIREBON

Dedi Surono¹, Gian Fitralisma², M. Anissul Fata³

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cirebon

¹Jl. Majasem B2 Karyamulya Kota Cirebon

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cirebon

²Jl. Majasem B2 Karyamulya Kota Cirebon

³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cirebon

³Jl. Majasem B2 Karyamulya Kota Cirebon

Email Penulis¹, Email Penulis² dst

Abstrak

Skripsi ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan tepat waktu, dan harga memiliki pengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Sri Ayu Laundry Cirebon, dan juga diantara kedua variabel tersebut, variabel mana yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikatnya (Kepuasan konsumen). Penelitian ini menggunakan metode asosiatif kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 65 responden. Adapun responden dalam penelitian ini pelanggan Sri Ayu Laundry Cirebon. Teknik pengumpulan data dengan memberi kuesioner pada responden. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi serta uji parsial (t) dan uji simultan (F). Hasil menunjukkan bahwa : 1) Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tepat waktu (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat dijelaskan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Tepat Waktu (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). 2) Sementara Harga (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat dijelaskan bahwa variabel Harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). 3) Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tepat waktu (X1) dan Variabel Harga (X2) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Sri Ayu Laundry Cirebon. Yang dapat dilihat pada hasil uji Simultan atau uji F bahwa diperoleh nilai F-hitung > F-tabel (90,919 ≥ 3.14).

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan Tepat Waktu, Harga, Kepuasan Konsumen*

Abstract

This thesis uses quantitative research that aims to determine whether the quality of timely service and price have a partial and simultaneous influence on consumer satisfaction at Sri Ayu Laundry Cirebon consumers, and also between the two variables, which variable has the most dominant influence on the dependent variable (Consumer satisfaction). This study uses a quantitative associative method. The number of samples in this study was 65 respondents. The respondents in this study were Sri Ayu Laundry Cirebon customers. Data collection techniques by giving questionnaires to respondents. In proving and analyzing this, validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, determination coefficient tests and partial tests (t) and simultaneous tests (F) were used. The results show that: 1) The results of partial testing indicate that the quality of timely service (X1) has a significance value of 0.000, because the significance value is less than 0.05, it can be explained that the variable Quality of Timely Service (X1) has a positive and significant influence on consumer satisfaction (Y). 2) While Price (X2) has

a significance value of 0.000, because the significance value is smaller than 0.05, it can be explained that the Price variable (X2) has a positive and significant influence on consumer satisfaction (Y). 3) The results of simultaneous testing show that the on-time service quality variable (X1) and the Price variable (X2) have an effect on the consumer satisfaction variable (Y) on Sri Ayu Laundry Cirebon consumers. Which can be seen in the results of the Simultaneous test or F test that the F-count value is obtained $> F\text{-table}$ ($90.919 \geq 3.14$)..

Keywords: *Quality of On-Time Service, Price, Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Jasa laundry merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang pencucian pakaian dan tekstil secara profesional. Awalnya layanan laundry ini hanya menyasar pangsa pasar terbatas, seperti para tamu yang menginap dihotel. Di perkotaan, terdapat pula laundry yang khusus melayani jenis pakaian mahal seperti jas. Namun seiring dengan semakin banyaknya layanan pencucian yang menawarkan harga terjangkau serta hadirnya teknologi terbaru, seperti mesin pengering yang memungkinkan pakaian tidak perlu dijemur terutama pada musim hujan, bisnis laundry kini dapat ditemui di berbagai wilayah. Di Indonesia usaha laundry berkembang dengan pesat, terutama di kalangan masyarakat yang semakin sibuk dengan berbagai aktivitas. Dalam rutinitas yang begitu padat, sebagian orang memilih menggunakan jasa laundry untuk menghemat waktu dalam mencuci pakaian. Selain itu tantangan-tantangan yang muncul saat mencuci barang-barang tertentu, seperti sprei, bed cover, dan gordena, juga menjadi salah satu pendorong masyarakat untuk memanfaatkan layanan ini. Sementara di Kabupaten Cirebon, usaha jasa laundry telah banyak ditemukan ditengah masyarakat. Adapun menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon (BPS) pada situs cirebon.kab.bps.go.id, menyatakan jumlah penduduk di Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon adalah 76.013 jiwa dan sebagian besar masyarakat yang memiliki kegiatan cukup padat membuat tingginya kebutuhan mencuci pakaian dan permintaan akan jasa laundry semakin meningkat. Hal ini perlu diperhatikan mengingat banyaknya usaha laundry yang bermunculan yang mana akan menciptakan persaingan untuk menarik perhatian konsumen terhadap jasa laundry yang ditawarkan. Dalam dunia bisnis, baik disektor jasa maupun produk, kepuasan konsumen menjadi faktor krusial yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan. Memastikan kepuasan konsumen salah satu kunci untuk keberhasilan suatu usaha.

Menurut (Pranoto et al., 2023) “Kepuasan adalah rasa bahagia ataupun kecewa yang dirasakan seseorang dari akibat membandingkan kinerja produk yang mereka rasakan dengan harapan yang mereka miliki, tindakan ini dilakukan oleh konsumen dalam menilai pengalaman mereka”. Hal ini bisa diartikan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu keinginan yang perlu di penuhi sesuai dengan apa yang diperlukan baik itu yang terkait dengan barang maupun jasa. pada sektor jasa laundry, memastikan kepuasan konsumen sangatlah krusial, pelanggan yang merasakan puas akan berkeinginan kembali menggunakan jasa tersebut, sementara pelanggan yang tidak puas biasanya enggan untuk kembali dimasa mendatang. Terdapat macam-macam hal yang berkontribusi pada kepuasan konsumen, salah satunya adalah kualitas pelayanan dan harga.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kualitas merupakan tingkat baik atau buruknya suatu hal, serta derajat atau mutu yang dimiliki. Kualitas adalah elemen yang sangat krusial dalam industri bisnis. Prestasi sebuah perusahaan, baik yang positif maupun negatif, sering kali dapat diukur melalui kualitas barang dan jasa yang dihasilkan. Menurut (Kharisma et al., 2023) “Pelayanan merupakan suatu aktivitas yang tidak terwujud, yang dilakukan saat menawarkan sesuatu dari satu pihak kepada pihak lain, aktivitas ini biasanya berujung pada keputusan yang berkaitan dengan kepemilikan”. bagi pelaku usaha, pelayanan kepada pelanggan adalah aspek yang sangat krusial, tanpa pelayanan yang baik, konsumen tidak akan tertarik untuk membeli barang atau layanan yang disediakan

Harga

Harga adalah faktor penting dalam bauran pemasaran yang berperan krusial, karena dapat memberikan pendapatan bagi perusahaan. Namun harga juga memiliki sifat yang berubah-ubah dengan cepat. Menurut

(Liwandy & Rahayu, 2025) “Harga merupakan nilai yang perlu dikeluarkan sebagai pertukaran untuk keuntungan atau hasil yang diperoleh dari pemaanaan suatu barang atau layanan”. Harga dapat diartikan sebagai aspek kunci yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Penetapan harga yang tepat berpengaruh besar terhadap seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh dari penjualan produk, baik itu barang maupun jasa. Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, penjualan bisa menurun, sementara jika terlalu rendah keuntungan yang diperoleh perusahaan akan terpengkas. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menemukan keseimbangan harga yang optimal.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata “Kepuasan” bersumber pada istilah “Senang” artinya merasa gembira atau lega karena apa yang di inginkan telah tercapai. Sementara kata “Puas” berarti senang atau merasakan kepuasan yang mencerminkan perasaan puas ketika keinginan terpenuhi. Setiap perusahaan tentu sangat memperhatikan tingkat kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan, karena tujuan utama mereka adalah menciptakan pengalaman positif bagi pembeli.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif. asosiatif merupakan salah satu jawaban sementara untuk merespons pertanyaan masalah asosiatif, yakni yang menyelidiki keterkaitan antara dua variabel atau lebih. Pada penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas layanan tepat waktu dan harga pada kepuasan konsumen Sri Ayu Laundry.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan difokuskan pada Sri Ayu Laundry yang berada di Kabupaten Cirebon. Penelitian dilakukan selama 6 Bulan.

Objek dan Subjek Penelitian

Pada penelitian ini populasi yang dimaksud adalah pelanggan Sri Ayu Laundry sebanyak 189 orang, yang mana jumlah populasi tersebut berdasarkan loyalitas pelanggan Sri Ayu Laundry Cirebon.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang ditetapkan pada kajian ini yaitu Data kuantitatif, data yang didapatkan dalam bentuk angka yang bisa diukur. Data ini berasal dari analisis kuesioner yang berkaitan dengan isu yang diulas dalam karya ilmiah ini. Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Tepat Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis H1 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Tepat Waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai beta 0,632 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis pertama diterima atau variabel Kualitas Pelayanan Tepat Waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap Kualitas Pelayanan Tepat Waktu berkaitan erat dengan tingkat Kepuasan Pelanggan. Hal ini disebabkan karena meningkatnya Kualitas Pelayanan yang dilakukan oleh pegawai Sri Ayu Laundry Cirebon.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis H2 menunjukkan bahwa Harga Berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai beta 0,327 dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis kedua diterima atau variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini disebabkan karena Harga yang ditawarkan Sri Ayu Laundry Cirebon cukup terjangkau dan sebanding dengan kualitas layanan dan kebersihannya.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Tepat Waktu Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian silmutan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Tepat Waktu dan variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi dibawah 5% ($\alpha = 0,05$) dan Fhitung $90,919 > 3,14$ yang dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Tepat Waktu dan Harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Sri Ayu Laundry Cirebon.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data, pembahasan, dan tahapan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, termasuk rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, hipotesis, dan pengujian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Tepat Waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada pelanggan Sri Ayu Laundry Cirebon. Hal ini dibuktikan dengan nilai beta 0,632 dan nilai signifikansi 0,000
2. Harga Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Sri Ayu Laundry Cirebon. Hal ini dibuktikan dengan nilai beta 0,327 dan nilai signifikansi 0,000
3. Kualitas Pelayanan Tepat Waktu dan Harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Sri Ayu Laundry Cirebon. Hal ini dibuktikan dengan nilai Fhitung $90,919 > F_{tabel}$ 3,14, sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan Tepat Waktu dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan konsumen. Artinya Kualitas Pelayanan Tepat Waktu yang tinggi dan Harga yang positif akan meningkatkan Kepuasan konsumen pada pelanggan Sri Ayu Laundry Cirebon.

REFERENSI

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- AMRAN, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rofina Laundry Di Kecamatan Sinjai Utara. INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI.
- Bramantha, H. (2021). Perbedaan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa Menggunakan Model Pembelajaran Ekspositori Dengan Model Pembelajaran Inquiry Berbantuan Media Video. *Education Journal: Journal Educational Research and Development*, 5(2), 195–202.
- Butarbutar, P. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pembiayaan Di Pt. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Bekasi 4 Harapan Indah. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Dewanto, H., & Ariandi, A. (2025). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AMANAH LAUNDRY KOTA BOGOR. *General Bookkeeping Service Journal*, 1(1), 22–31.
- Estamarinda, E., Akila, A., & Sinarti, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Investasi (MANIVESTASI)*, 3(1), 69–82.
- Fitrianti, F. (2021). Pengaruh kualitas layanan jasa dan harga terhadap kepuasan konsumen pada malomo laundry kota palopo. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO.
- Gaol, E. G. L. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Laundry Jevan Dikota Medan. Universitas Medan Area.
- Hasibuan, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi*, 4(3).
- Hernita, D. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap